

АМИРОВА РОЗА МУНИРОВНА

ТАТАРСКАЯ ЭРГОНИМИЯ ГОРОДА КАЗАНИ

10.02.02 – Языки народов Российской Федерации (татарский язык)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата филологических наук

Казань – 2011

Работа выполнена на кафедре современного татарского языка
ФГАОУВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук, доцент
Галиуллина Гульшат Раисовна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Нуриева Фануза Шакуровна
(г. Казань)

кандидат филологических наук, доцент
Шагеев Рафкать Шириазданович
(г. Альметьевск)

Ведущая организация: Институт языка, литературы и искусства
им. Г. Ибрагимова Академии наук
Республики Татарстан

Защита состоится **«31» марта 2011 г. в 16.00 часов** на заседании диссертационного совета Д 212.081.12 в Казанском (Приволжском) федеральном университете по адресу: 420008, г. Казань, ул. Кремлёвская, д. 18, ауд. 1113.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского Казанского (Приволжского) федерального университета.

Электронная версия автореферата размещена на официальном сайте Казанского (Приволжского) федерального университета **<http://www.ksu.ru>**.

Автореферат разослан **«25» февраля 2011 г.**

Учёный секретарь
диссертационного совета
доктор филологических наук, профессор

А.Ш. Юсупова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В современной отечественной лингвистике названия городских объектов, коммерческих и бюджетных организаций всё чаще становятся объектом исследований, что обусловлено социально-экономическими и культурными изменениями, произошедшими в российском обществе на рубеже XX–XXI вв. В последние годы отмечается повышение интереса к языку города и в татарском языкознании, однако до настоящего времени в нём нет работ, посвящённых комплексному изучению эргонимического пространства отдельного региона или города. В связи с тем, что эргонимы являются частью духовной культуры, имеют особую важность в процессе подачи информации о народе, в значительной степени зависят от социокультурной действительности, обладают довольно широкими прагматическими возможностями, отражают особенности взаимодействия и взаимовлияния культур, приобретает особую актуальность изучение татарской эргонимии в поликультурной среде. Столица Республики Татарстан – город Казань – является той поликультурной средой, в которой переплетены различные культуры и языки. Об этом свидетельствуют как исторические, так и современные эргонимы города. Казань издавна считалась местом встречи Востока и Запада, одним из самых крупных культурных и торговых центров России. Уже в XVII–XIX вв. Казань была известна своими многочисленными медресе, заводами и фабриками, базарами, гостиницами, наименования которых восходят к разным генетическим пластам. Создание в XX – начале XXI вв. новых организаций, учреждений и фирм, расширение культурных и экономических контактов с другими странами способствовали появлению и активному функционированию в эргонимическом пространстве Казани эргонимов не только национальных, восточных, русских, но и пришедших с запада. Собранный нами материал свидетельствует о том, что 46,7% современных эргонимов составляют наименования, образованные на базе татарского языка (включая переводы и калькированные варианты русских наименований бюджетных организаций), 31,2% – образованные на базе русского языка, 22,1% – проникшие из западноевропейских и других языков. Необходимо отметить, что классификация эргонимов только по генетической принадлежности к тому или иному языку не позволяет воссоздать объективную картину, потому что многие эргонимы, образованные преимущественно от заимствованных антропонимов и других разрядов ономастических единиц, воспринимаются носителями татарского языка как национальные и являются частью татарской духовной культуры.

Актуальность темы данного диссертационного исследования обусловлена также и тем, что эргонимия г. Казани относится к наиболее важным памятникам культуры и истории Татарстана, является показателем реальной языковой ситуации и функциональных возможностей татарского языка. После провозглашения в республике двух государственных языков встал вопрос о преодолении терминологического дефицита в татарском языке и о переводе на

татарский язык названий улиц, государственных учреждений, ведомств, промышленных и других объектов, унификация и стандартизация эргонимов превратились в серьёзную проблему для современного татарского языкознания.

В поликультурном обществе функционирование языка зависит не только от внутриязыковых факторов, сильное влияние на него оказывают и экстралингвистические факторы. Комплексное исследование татарской эргонимии г. Казани с учётом лингвистических и экстралингвистических факторов, выявление номинативных и функциональных особенностей, лингвоэкологического дисбаланса на материале татарских наименований бюджетных и коммерческих организаций, зафиксированных на вывесках города, позволяют определить дальнейшее развитие татарской эргонимической системы.

Объектом исследования является татарская эргонимия г. Казани.

Предметом изучения являются номинативные, словообразовательные и функциональные характеристики татарских эргонимов г. Казани.

Цель работы – комплексное исследование татарской эргонимии г. Казани.

Достижение поставленной цели предполагало решение следующих **задач**:

- 1) определить лингвистический статус и функциональные возможности эргонимов;
- 2) выявить лингвистические и экстралингвистические факторы, влияющие на возникновение татарских эргонимов г. Казани;
- 3) рассмотреть номинативные и словообразовательные особенности татарских эргонимов г. Казани;
- 4) показать специфику функционирования современных татарских эргонимов в условиях двуязычия;
- 5) выявить орфографические, стилистические, грамматические ошибки и неточности, отмеченные в современной татарской эргонимии г. Казани.

Методы и приёмы исследования. Отбор материала и его исследование осуществлялись с помощью следующих методов и приёмов:

описательный метод – являлся одним из основных, использовался при сборе, систематизации эргонимов, при обобщении, интерпретации и классификации материала;

историко-лингвистический метод – применялся при диахроническом обзоре эргонимического пространства г. Казани;

сравнительно-сопоставительный метод – использовался при выявлении особенностей функционирования татарских эргонимов г. Казани в разные исторические периоды;

статистический метод – применялся при определении наиболее распространённых видов эргонимов;

метод компонентного анализа – использовался при описании семантических видов эргонимов.

Наряду с перечисленными методами частично использовались приёмы этимологического и структурного анализа.

Теоретико-методологической базой исследования послужили труды лингвистов, в которых освещаются общеономастические проблемы (работы В.Д. Бондалетова, М.В. Голомидовой, М.Н. Горбаневского, Н.В. Подольской, М.Э. Рут, А.В. Суперанской, В.И. Супруна, В.Н. Топорова), исследуются эргонимы отдельного города или региона (работы Г.А. Донсковой, А.М. Емельяновой, С.В. Земсковой, И.В. Крюковой, Д.И. Яловец–Коноваловой), рассматриваются некоторые аспекты социолингвистики (работы В.А. Аврорина, А.А. Аюповой, А.Э. Гутнова, Е.А. Земской, З.А. Исхаковой, И.М. Низамова, Ф.К. Сагдеевой, Р.А. Юсупова), семантические, функциональные и лингвокультурные особенности собственных имён (работы В. И. Болотова, Г.Р. Галиуллиной, Ф.Г. Гариповой, М.А. Залялиевой, Ю.Н. Карпенко, В.А. Никонова, Г.Ф. Саттарова, А.Г. Шайхулова, Г.К. Хадиевой), проблемы словообразования татарского языка (работы Д.Г. Тумашевой, Ф.А. Ганиева, А.А. Тимерханова, Ф.М. Хисамовой и др.).

Научная новизна диссертации состоит в том, что в ней татарская эргонимия г. Казани впервые подвергается комплексному исследованию с учётом лингвистических и экстралингвистических факторов. Впервые в татарском языкознании татарские эргонимы выступают объектом лексико-семантического и структурно-словообразовательного анализа, выявляется специфика номинации с учётом историко-культурных и социальных факторов. В настоящем диссертационном исследовании впервые анализируется специфика функционирования татарской эргонимии в условиях двуязычия и рассматривается явление интерференции в эргонимическом пространстве г. Казани.

Теоретическая значимость диссертации заключается в том, что данное исследование вносит определённый вклад в дальнейшее изучение ономастического пространства города в лингвокультурологическом, социолингвистическом и риторическом аспектах. Представленный в работе материал может быть полезен для развития таких новых направлений татарской лингвистики, как прагмалингвистика и ономазиология. Результаты, полученные в процессе изучения семантической природы собственных и нарицательных имён, могут быть использованы лингвистами при разработке теоретических проблем семазиологии татарского языка.

Практическая ценность исследования состоит в том, что его результаты могут найти применение в практике вузовского преподавания таких дисциплин, как лексикология, словообразование, теория перевода, при проведении спецкурсов и спецсеминаров по ономастике, социолингвистике, прагмалингвистике, лингвокультурологии. Представленный в диссертации практический материал может быть использован при составлении словарей эргонимов и лексикографических справочников, в работе топонимической комиссии г. Казани и Республики Татарстан, в сфере рекламы и СМИ.

Источником исследования послужили 1146 эргонимов, собранные нами методом письменного фиксирования текстов эргонимов по г. Казани, путём сплошной выборки из текстов вывесок городских предприятий и учреждений,

рекламных текстов, из материалов средств массовой информации, из телефонных справочников, справочника «Жёлтые страницы», из данных электронных ресурсов: www.maps.yandex.ru, www.gorodinform.net.

Эргонимы конца XIX – начала XX вв. извлечены из следующих источников: «Памятная книжка Казанской губернии» (1904), Н.Я. Агафонов «Казань и казанцы» (1906), Н.А. Спасский «Очерки по регионоведению» (1912), «Старая и новая Казань» (1927), «История Казани» (1988, 1991), из сборника архивных документов «История Казани в документах и материалах XIX века: промышленность, торговля, финансы» (2005).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Эргоним – это периферийная единица ономастического поля. Несмотря на разноструктурный характер, он является знаком, которому свойственно выполнение идентификационно-дифференцирующей, информативной, рекламной, мемориальной, эстетической функций.

2. Эргонимы г. Казани содержат информацию о жизнедеятельности и историческом прошлом народа, об общественном укладе, его культурной специфике. Взаимодействие и взаимовлияние национальной, русской, восточной и западной культур в эргонимическом пространстве имеют давнюю историю и сохраняются до настоящего времени.

3. Лексико-семантический анализ современной татарской эргонимии г. Казани позволяет выделить мотивированные и немотивированные эргонимы. Номинаторы отдают предпочтение мотивированным эргонимам, которые содержат информацию о сфере деятельности предприятия, месте расположения объекта и т.д. Татарские эргонимы г. Казани образуются путём семантической и грамматической онимизации. Наиболее продуктивным способом в татарской эргонимии г. Казани является семантическая онимизация.

4. Функционирование эргонимов в поликультурной и билингвальной среде имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Проблемы функционирования эргонимов в условиях двуязычия обусловлены нерешённостью проблемы выработка единых лингвистических критериев в области эргонимии.

Апробация работы. Результаты исследования обсуждались на заседаниях кафедры современного татарского языка Казанского (Приволжского) федерального университета. Основные положения работы докладывались на следующих конференциях: Международная научная конференция «Татарская культура в контексте европейской цивилизации» (Казань, 2009), Научно-практическая интернет-конференция «Перевод. Язык. Культура» (Санкт-Петербург, 2010), Международная научная конференция «Ономастика Поволжья» (Казань, 2010), Международная тюркологическая конференция (Чебоксары, 2010), VII Международная научная конференция «Проблемы общей и региональной ономастики» (Майкоп, 2010), Международная научная конференция «Проблемы словообразования в тюркских языках» (Казань, 2010).

Этапы работы и основные результаты исследования отражены в 7 публикациях, из них одна статья опубликована в журнале, рекомендованном ВАК Министерства образования и науки РФ.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трёх глав с соответствующими параграфами и разделами, заключения, списка использованной литературы (324 наименований). В целях демонстрации степени включённости татарских эргонимов в эргонимическое пространство города и масштабов их распространения в Приложении приведён краткий тематический справочник коммерческих эргонимов г. Казани с указанием места расположения объекта. Общий объём работы составляет 228 страниц.

СОДЕРЖАНИЕ И ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Во **Введении** обосновываются актуальность и научная новизна исследования, оценивается разработанность исследуемой проблемы, указывается объект и предмет изучения, цель и задачи исследования, описываются использованные в процессе работы методы и материал исследования, обосновывается теоретическая и практическая значимость диссертационной работы, указываются источники исследования, структура диссертации.

В первой главе **«Научно-теоретические основы изучения эргонимов в языкознании»**, состоящей из четырёх параграфов, рассматриваются лингвистический статус и основные функции эргонимов, оценивается степень изученности эргонимов в лингвистике.

В ономастической науке для обозначения государственных учреждений, культурных, спортивных, торговых объектов, организаций по оказанию медицинских и бытовых услуг и т.д. употребляются следующие термины: *эргонимы, эргонизмы, наименования городских объектов, ойкодомонимы, эргоурбонимы, фирмонимы* и др. В настоящей работе используется термин *эргоним*, под которым мы, опираясь на определение Н.В. Подольской, понимаем «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, предприятия, общества, заведения, кружка»¹.

Начало разработки проблем эргонимии в отечественном языкознании приходится на середину XX в. Впервые на эту группу собственных имён обратили внимание такие исследователи как Б.З. Букчина, Г.А. Золотова, С.А. Копорский, М.Н. Морозова, Л.В. Щетинин и др., однако термин «эргоним» был введён в 1978 году А.В. Суперанской.

Интерес к эргонимам повысился в 80–90 гг. XX в. В результате анализа теоретического материала нами установлено, что в отечественном языкознании эргонимы исследуются в следующих аспектах: историческом², сравни-

¹ Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии / Отв. ред. А.В. Суперанская; АН СССР, Ин-т языкознания. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Наука, 1988. – С. 151.

² Отин Е.С. Из истории русской эргонимии // Материалы к серии «Народы и культуры». Вып. XXV: Ономастика. Кн. 1. Имя и культура. – М., 1993. – Ч.1. – С. 110–123.

тельно-сопоставительном³, региональном⁴, прагматическом⁵, социолингвистическом и лингвокультурологическом⁶, функциональном⁷. Необходимо отметить, что в отечественной науке эргонимы рассматриваются, в основном, в рамках лингвистической концепции.

В отличие от отечественных, в трудах западных исследователей эргонимы являются объектом изучения смежных дисциплин, в частности языкознания, экономики, психологии. Исследователи обращают особое внимание на составление эргонимических словарей, справочников.

Отдельные проблемы тюркской эргонимии отражены в работах О.А. Донсковой⁸, Г.Б. Мадиевой⁹, А.М. Емельяновой¹⁰, Б.Х. Мусукаева¹¹. В татарском языкознании впервые о необходимости исследования названий магазинов, кафе заявил в 1970 году Г.Ф. Саттаров¹². Несмотря на то, что до настоящего времени отсутствуют монографические работы, посвящённые изучению эргонимов, отдельные аспекты татарской эргонимии рассмотрены в работах И.М. Низамова¹³, Г.Р. Галиуллиной¹⁴, О.Р. Хисамова¹⁵ и др.

³ Фам Ван Фонг. Вторая жизнь антропонимов в эргонимах // Русский язык за рубежом. – 2009. – № 6. – С. 44–45.

⁴ Прокуровская Н.А. Город в зеркале своего языка (на языковом материале г.Ижевска). – Ижевск: Изд-во ИГПИ, 1996. – 228 с.; Астафьева И.А. Способы номинации в ситуации города (на материале ойкодомонимов г. Омска): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1996. – 19 с.; Земскова С.В. Лексико-семантический и словообразовательный анализ эргонимов г. Тольятти Самарской области Российской Федерации: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1996. – 20 с. и др.

⁵ Шимкевич Н.В. Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2002. – 22 с.; Крюкова И.В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности: Монография. – Волгоград: Перемена, 2004. – 288 с.

⁶ Китайгородская М.В. Активные социолингвистические процессы в сфере городских наименований: московские вывески // Современный русский язык. Социальная и функциональная дифференциация. – М.: Язык славянской культуры, 2003. – С. 127–150; Крыкова И.Н. Англоязычные эргонимы и словесные товарные знаки Японии как опосредованное отражение национальной культуры: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Владивосток, 2004 – 24 с.

⁷ Лесовец Н.Н. Эргонимия г.Луганска: структурно-семантический и социально-функциональный аспекты: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Луганск, 2007. – 22 с. и др.

⁸ Донскова Г.Л. Сравнительно-сопоставительная характеристика динамики эргонимической номинации Нижнего Поволжья и Западного Казахстана: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: (10.02.20). – Пятигорск, 2004. – 16 с.

⁹ Мадиева Г.Б. Ономастическое пространство современного Казахстана: структура, семантика, прецедентность, лематизация: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Алмата, 2005. – 64 с.

¹⁰ Емельянова А.М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтнического города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа: Изд-во БГУ, 2007. – 23 с.

¹¹ Мусукаев Б.Х. Балкарская ономастика в парадигме современной лингвистики: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Нальчик, 2007. – 56 с.

¹² Саттаров Г.Ф. Этапы развития и очередные задачи татарской ономастики. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 1970. – 87 с.

¹³ Низамов И.М. Татар социолингвистикасы / И.М. Низамов. – Казан: Казан ун-ты нәшр., 2006. – 152 б.; Низамов И.М. Ярдамең берләң синенң ... / И.М. Низамов. – Казан: Мәғариф, 2008. – 239 б. и др.

¹⁴ Галиуллина Г.Р., Бадертдинов Р.Б. Функционирование антропонимов в качестве эргонимов в татарском лингвокультурном пространстве // Ученые записки Казанского государственного университета. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2008. – Т. 150, кн.2. – С. 95–99.

Изучив семантическую природу эргонимов, мы установили, что, несмотря на различные мнения о месте и статусе эргонимической лексики, они являются ономастическими единицами и обладают всеми свойствами, которые присущи собственным именам. В частности, эргоним является знаком, который служит только для называния предмета и наличие содержательной стороны у которого менее заметно. Эргоним менее связан с понятием, ему не свойственно называть группу предметов, явлений, процессов и т.д., на первый план выходит тесная связь с единичными объектами.

Заключительная часть первой главы посвящена выявлению основных функций татарских эргонимов г. Казани. Основываясь на достижениях современной ономатологии, мы выделили следующие функции эргонимов:

- номинативная функция – является одной из основных для всех разрядов собственных имён. Суть данной функции заключается в том, что эргоним служит для идентификации и дифференциации, для выделения одного предприятия из группы аналогичных: *Казан шәһәре прокуратурасы, Муса Жәлил исемендәге опера һәм балет театры, «Әкият» курчак театры* и др.;

- информативная функция – эргонимы г. Казани содержат информацию о месте нахождения организации (*«Чишмәле» кибете, «Проспект» сәүдә йорты*), об адресате (клиенте) фирмы, организации (магазин *«Оста»*, спортивный комплекс *«Батыр»*, салон пошива одежды *«Мөслимә»*); о специфике объекта, о виде деятельности, об ассортименте товара (кафе *«Чәй йорты»*, магазины *«Сәүдә дөнъясы», «Киемнәр», «Аяк киеме», «Ашамлыклар»*), о месте изготовления товара (магазины *«Питрәч», «Актаныш», «Чистай», «Казан кошчылык фабрикасы»*) и др.;

- рекламная функция – характерна для названий коммерческих организаций (*«Яңа йорт», «Евроинтерьер», «Идеал оптика»*). В эргонимии г. Казани эта функция является наиболее распространённой;

- эстетическая функция – характерна для названий магазинов, отелей, ресторанов, салонов красоты (парикмахерская *«Алтынчәч»*, торговый дом *«Яшьлек»*, магазины *«Аяз күк», «Ләззәт»*);

- мемориальная функция – присуща эргонимам, в которых отражены имена исторических личностей, руководителей организации, учреждения культуры, фирмы (*Кол Шәриф мәчете, Г. Камал исемендәге Татар дәүләт академия театры, С.Сәйдәшев исемендәге дәүләт зур концерт залы, «Илгизәр Самаяевның сәнгать галереясы», «Нуруллин М.Р. азык-төлек кибете»*);

- функция охраны собственности – наиболее ярко проявляется в эргонимах, образованных с помощью префиксальных элементов рос-, тат-: (*«Роспроект» оешмасы, «Татэнерго», «Татгидромаш», «Таттрансгаз», «Татметалл»* и др.).

¹⁵ Хисамов О.Р. Казан шәһәре татарча элмә такталардагы хаталар турында // Фәнни язмалар. – 2008. – Казан: «Ихлас» нәшр., 2010. – Б. 250–253.

Как показали наши исследования, среди эргонимов г. Казани наиболее распространёнными являются эргонимы, выполняющие рекламную функцию. Обзор научной литературы и анализ фактического материала на примере г. Казани позволили сделать вывод, что большинство эргонимов одновременно выполняют несколько функций, однако наиболее употребительными и долговечными оказываются те из них, которые выполняют и рекламную, и информативную функции.

Во второй главе **«Номинативные и словообразовательные особенности татарских эргонимов»** приводится обзор истории формирования и развития эргонимии г. Казани, анализируются исторические эргонимы, генетически восходящие к тюрко-татарскому, арабо-персидскому языкам, рассматривается специфика эргонимической номинации, лексико-семантические особенности эргонимов, устанавливаются словообразовательные типы татарских эргонимов г. Казани.

Как и любое собственное имя, эргонимы содержат информацию о жизнедеятельности народа, его культурной специфике, об общественном укладе, историческом прошлом народа. Обзор истории эргонимического пространства г. Казани позволяет выявить в нём как национальные, восточные, русские эргонимы, так и пришедшие с запада. Собранный нами по историческим источникам и систематизированный материал позволил выделить следующие группы эргонимов:

1) эргонимы, относящиеся к торговле: *«Балык базары»*, *«Икмәк базары»*, *«Ташаяк ярминкәсе»*, *«Печән базары»*. Наиболее древним эргонимом считается название ярмарки *Ташаяк*, которая функционировала со времён Казанского ханства вплоть до 20-х гг. XX в. Среди продаваемых товаров доминировала керамическая и фарфоровая посуда, что зафиксировано и в названии ярмарки: эргоним состоит из двух основ: *таш* (камень) + *аяк* (посудина). Слово «аяк» в значении «посудина» сохранилось в татарском языке: *чынаяк* (китайская посуда) – чын / чин – «китай» + аяк – «посуда»; в мишарском диалекте *балаяк* (посуда для мёда) – бал – «мёд» + аяк – «посуда». На этой ярмарке, кроме татар и русских, торговали купцы с Кавказа, из стран Средней Азии. В качестве «живой рекламы» выступали слуги, которые ходили по улицам и расхваливали товары.

Торгово-общественным центром, просуществовавшим с XVIII в. до 1930 г., являлся *Печән базары* (Сенной базар), располагавшийся в Старо-Татарской слободе. Он представлял собой восточный базар, где торговали мусульмане. Кроме основной, Сенной базар выполнял функцию общественно-культурного центра татарского населения Казани, который часто посещали многие известные татарские деятели науки и культуры того времени.

Часть эргонимов, относящихся к торговле и функционировавших в XIX – начале XX вв., образованы от имён или фамилий промышленников, купцов и содержат родственную терминологию (*«Бертуган Кәримовларның сәүдә йорты»*, *«Бертуган Утәгәневларның сәүдә йорты»*, *«М.И. Галиев һәм улары»*).

Среди татарских эргонимов указанного периода наиболее распространёнными были словосочетания *туганы белән* (с родственником), *уллары белән* (с сыновьями), например, «*Туганы белән Вәлиулла Ибраһимовның сәүдә йорты*», «*Уллары белән Гайнетдин Сабитов һәм К° сәүдә йорты*» и др., а названия, состоявшие из одной лексемы и указывавшие на вид реализуемой продукции, употреблялись довольно редко;

2) эргонимы, относящиеся к просветительской деятельности, издательскому делу. Были проанализированы названия медресе («*Мөхәммәдия*», «*Касыймия*», «*Мәрҗәния*»), названия светских учебных заведений «*Цифирь мәктәбе*» (1718 г.), «*Казан гимназиясе*» (1759 г.); названия типографий, пунктов продаж и распространения татарских книг, которые функционировали в начале XX века: «*Азия*» типографиясе, «*Гасыр*» китапханәсе, «*Харитонов типографиясе*», «*Китап бастыру һәм сату өчен төзелгән «Сабах» сәүдә ширкәте*», «*Өмед*» типографиясе, «*Бәяһәлхак*» типографиясе, «*Матбагаи Шәрәф*» и др. Эти эргонимы образованы от слов с абстрактным значением, генетически восходят к арабскому языку, поскольку арабский язык являлся языком просвещения, науки;

3) эргонимы, относящиеся к культуре и искусству. В прошлые века в Казани были популярными литературно-музыкальные вечера, работали клубы «*Шәрәкь клубы*» (возродился вновь в конце XX в. под тем же названием), «*Яңа клуб*», «*Эрмитаж*» жәйге театры, «*Апанаев бакчасы*» и театры, на сцене которых выступали труппы «*Сәйяр*», «*Нур*», «*Ширкәт*», «*Яшьлек*»;

4) эргонимы, относящиеся к сфере обслуживания. В эту группу мы включили названия гостиниц: «*Болгар номерлары*», «*Амур кунакханәсе*», «*Идел-Кама номерлары*»; трактиров, столовых «*Жамали хәрчәүнәсе*», ресторанов «*Пале-де Кристаль*» и др. Как показывает фактический материал, уже в XIX в. в Казани довольно распространённым явлением было функционирование, наряду с русскими названиями, западных эргонимов, что свидетельствовало о длительном совместном существовании в эргонимическом пространстве г. Казани различных культурных традиций;

5) эргонимы, относящиеся к экономической деятельности. Среди эргонимов этой группы значительное место занимают татарские названия; в первую очередь это связано с тем, что среди промышленников и купцов преобладали представители татарской национальности. Эргонимы этой группы характеризуют собственника предприятия, его вид деятельности: «*М.И. Утәмешев кижә-мамык фабрикасы ширкәте*», «*Абдуллин һәм Фәйзуллин күн аяк киеме җитештерү заводы ширкәте*», «*И. Арсланов сабын кайнату һәм глицерин заводы ширкәте*», «*Уллары белән Әхмәтҗан Сәйдәшев һәм Бакый Субаев сәүдә промышленность ширкәте*», «*Мөхәммәдрәхим Юнысовның юфть эшкәртү заводы ширкәте*» и др. Эти эргонимы образованы на базе имени или фамилии собственника.

Исследование татарской эргонимии в диахронии позволило сделать вывод о том, что большинство эргонимов выполняли информативную и рекламную

функцию, в них отражена история и культура татарского народа. Значительная часть эргонимов вышла из употребления, однако в современной эргонимии наблюдается частичный возврат к некоторым названиям, например, в современной эргонимии г. Казани вновь возродились следующие татарские названия: «*Шарекъ клубы*», медресе «*Мөхәммәдия*» и др.

Общественно-политические изменения, произошедшие в конце XX в., повлияли на состав и структуру современной татарской эргонимии. Возрождение духовных ценностей народа, возвращение религии в современное общество, глобализационные процессы способствовали возникновению эргонимов на базе татарского языка, проникновению новых единиц из других культур. Несмотря на то, что в эргонимии города переплетены различные языки и культуры, каждый из которых может в определённой степени претендовать на первостепенность, уникальность и неповторимость эргонимии г. Казани достигается именно за счёт присутствия национального колорита, своеобразного звучания фонем татарского языка, отражения в названиях элементов татарской культуры.

Для наиболее полного представления специфики отражения внеязыковой ситуации, демонстрации взаимосвязи различных культур в эргонимическом пространстве города, мы выделили следующие подгруппы: 1) эргонимы, отражающие национальную культуру, являющиеся культурными кодами, символами. Например, кафе «*Сөембикә*», «*Биләр*», «*Юргак*», «*Өчпочмак*», «*Кыстыбый*», гостиница и ресторан «*Болгар*», спортивные комплексы «*Ак буре*», «*Тулпар*», организации «*Болгар-Арыш*» «*Болгар-Медиа*», «*Тулпар-сервис*», аэроклуб «*Тулпар*» и др.; 2) эргонимы, отражающие религиозное мировоззрение мусульман: салон мужской одежды «*Адам*», салоны-магазины женской одежды «*Айшә*», «*Мөслимә*», мужская парикмахерская «*Йосыф*», названия продуктовых магазинов «*Хәләл ит*», «*Хәләл ризык*», «*Хәләл азык-төлек*», кафе «*Хәләл*», «*Әл-кәүсәр*», «*Фирдәвес*», «*Зәм-зәм*», медицинский центр «*Йасин*», религиозные фонды «*Зәкатъ*», «*Корбан*»; гостиница и центр оказания психологической помощи женщинам «*Фатыйма*», учебно-образовательный центр «*Рәшидә*», исламская средняя школа «*Госмания*», мечети «*Фарук*», «*Ризван*» и др.; 3) эргонимы, связанные с Востоком и отражающие культурные контакты с восточными странами, содержащие информацию о собственнике предприятия. Большинство эргонимов данной группы образованы от антропонимов, например: торговый комплекс «*Назмир*», агентство недвижимости «*Эль-Сәид*», строительно-проектная организация «*Мостаф*» и др.; 4) эргонимы, отражающие контакты с европейскими странами. Они начали активно функционировать в конце XX – начале XXI вв. В них заложена информация о производителе товара, в этом случае в качестве эргонимов используются прагматонимы: «*Adidas*», «*Dayly*», «*Honda*», «*Hyundai*», «*Nokia*», «*Siemens*». Отличительной особенностью этой группы эргонимов являются их многоаспектность, семантическое разнообразие, например: кафе «*Джон Сильвер*», «*Робинзон*», фирма «*Наполеон*», салон «*Мондиал*» и др. Определённая

часть эргонимов этой группы оформлена латинскими буквами, что оказывает психологическое воздействие на потенциального покупателя, подразумевая высокое качество товара или услуги.

Исходя из номинативных и лексико-семантических особенностей современных татарских эргонимов г. Казани, мы объединили их в две большие группы, в каждой из которых выделены наиболее распространённые подгруппы.

Под мотивированными эргонимами подразумеваются названия, отражающие непосредственную связь эргонима со сферой деятельности предприятия. В первую подгруппу включены эргонимы, связанные с местом расположения объекта. Наиболее популярными являются названия, образованные с помощью ойконима *Казань*: «*Казан*» – национально-культурный центр, «*Казан*» – туристическое агентство, «*Казан*» – служба такси, «*Казан*» – агентство недвижимости, «*Казан*» – конно-спортивный клуб. Наблюдается также использование названий улиц, слобод г.Казани, где расположен объект: минимаркеты «*Каравай*», «*Яңа бистә*», «*Яшь көч*» объединение «*Тукай-сервис*».

Вторая подгруппа мотивированных эргонимов связана со сферой деятельности предприятия, фирмы. В свою очередь они могут напрямую информировать адресата о виде деятельности, товаре, например, магазины «*Сәт*», «*Икмәк*», «*Чәчәкләр*», «*Аяк киеме*», «*Ризык*», «*Бүләкләр*», «*Башлык*», «*Алтын*», строительная фирма «*Төзелеш*», компания металлоконструкций «*Металл*». По структурному составу, кроме корневых эргонимов, выделяются парные и составные, которые направлены на наиболее полное информирование адресата. Это могут быть названия как коммерческих, так и государственных учреждений: магазины «*Аяк киемнәре*», «*Азык-төлек*», «*Аракы-шәраб*», «*Хуҗалык товарлары*», торговая база «*Жиләк-җимеш, яшелчә*», Республика клиник хастаханәсе; названия учебных заведений: *Казан шәһәренең 131 нче номерлы физика-математика лицее*, *Казан радиомеханика колледжы* и др.

Названия, входящие в третью подгруппу мотивированных эргонимов, ориентированы на ассоциативных представлениях. В этом случае номинаторы, кроме информирования о виде деятельности предприятия, стараются выделить называемый объект из общей группы аналогичных предприятий, объектов, например: продуктовый магазин «*Татлык*», кафе «*Тәмле*», издательства «*Мәгариф*», «*Фән*». Проанализировав фактический материал, мы выделили следующие лексико-семантические группы ассоциативных эргонимов: 1) названия, образованные от мусульманских имён, которые не только информируют адресата, но и формируют у него доверительное отношение к объекту, например: учебный центр «*Галия*», салон одежды «*Мөслимә*»; 2) эргонимы, образованные от женских имён, в основном используются в названиях салонов красоты, минимаркетов, тем самым возникают ассоциации с красотой, привлекательностью: салоны красоты и парикмахерские «*Әнжә*», «*Айгөл*», «*Алтынчәч*»; минимаркеты «*Лилия*», «*Зөһрә*», «*Ләйсән*», «*Гөлнара*» и др.; 3) эргонимы, образованные от мужских имён, ассоциируются с силой, твердостью, волей

духа, надёжностью: ресторан «*Тимерхан*», охранный предприятие «*Әмир*», салон продажи мебели «*Әхмәтхан*»; 4) эргонимы, образованные на географических, топонимических и этнографических ассоциациях: продуктовые магазины «*Питрәч*», «*Лаеш*»; торгово-производственная фирма «*Биектау*», молодёжный центр «*Идел*», научно-производственное объединение «*Чатыр тау*», бумажная компания «*Кама*», культурно-развлекательный центр «*Туган авылым*» и др.; 5) эргонимы, возникшие на основе образных представлений. В этом случае номинаторы ориентируются на способы экспрессивной номинации, применяют метафорическое значение слова: выставочный зал «*Хәзинә*», строительная фирма «*Ватан*», творческое объединение «*Сандугач*»; используют слова, характеризующие ассортимент товара, вид деятельности: магазин газовой аппаратуры «*Ялкын*», гостиница «*Ял*», агентство недвижимости «*Ак йорт*», хлебный магазин «*Алтын иген*».

Нами установлено, что средства татарского языка редко используются при образовании эргонимов на базе терминологической лексики, прагматонимов и профессиональной лексики. В отличие от предыдущих этапов развития татарской эргонимии, в настоящее время не употребляются названия, в составе которых используется родственная терминология.

В диссертации под термином «немотивированные эргонимы» подразумеваются названия, в которых отсутствует прямая связь между эргонимом и называемым объектом, они не ассоциируются с товаром и услугой, оказываемой организацией. Мы разделили немотивированные эргонимы на восемь подгрупп:

1) эргонимы, образованные на базе лексики, указывающей на статус человека и его качества, например: экспертная фирма «*Эшкуар*», салон пошива одежды «*Әфәнде*», продуктовый маркет «*Хан*», аптека «*Ихлас*», кафе «*Юмарт абзый*». В эту подгруппу нами включены также эргонимы, в составе которых присутствует родственная терминология, например: продуктовый магазин «*Бабай*», фирма по производству мебели «*Олан*», кафе «*Туганлык*» и т.д. Как видно из примеров, какая-либо связь между родственными терминами «бабай» (дедушка), «олан» (внук, ребёнок), «туганлык» (родственный) и видом деятельности предприятия отсутствует. Наиболее характерный пример немотивированного эргонима – название строительной фирмы «*Сулагай*» (левша);

2) эргонимы, в образовании которых участвуют названия представителей флоры и фауны, например: автосервис «*Юлбарыс*», студия «*Фил*», агрофирма «*Аю*», продуктовые магазины и маркеты «*Керпе*», «*Торна*», «*Тургай*», «*Байгыш*», магазин строительных материалов «*Аккош*», подростковый клуб «*Сандугач*». В качестве эргонимов номинаторы весьма активно используют названия растений, цветов, которые не несут какой-либо информации о виде деятельности фирмы или выпускаемой продукции, ассортименте товара: продуктовый магазин «*Алмагач*», салон дверей «*Яфрак*», кондитерская фабрика «*Миләш*», центр аренды «*Балан*», кафе «*Каенлык*» и др.;

3) эргонимы, образованные на основе географической терминологии, названий природных явлений: творческое объединение «*Салават күпере*», продуктовый маркет «*Тугай*», библиотека «*Айсберг*», кафе «*Давыл*», «*Дулкын*» и др.;

4) эргонимы, образованные от имён мифологических героев и наименований мифических образов, являются заимствованиями, например: салон мебели «*Аладдин*», дизайн-студия «*Атлантида*», агентство недвижимости «*Троя*», гостиница «*Эдем*». В этой подгруппе эргонимов нами выявлено только четыре примера с использованием образов из тюрко-татарской мифологии, это: мифоним *Ак буре*, крылатый (или летящий) конь *Тулпар*, сказочный крылатый змей *Зилант*, герой татарских сказок *Шурале*;

5) эргонимы, образованные от имён исторических героев, например: автомойка «*Чынгызхан*», охранный предприниматель «*Тамерлан*», кафе «*Сөембикә*» и др.;

6) эргонимы, образованные от космонимов, например: магазин одежды «*Кояш*», продуктовый магазин «*Йолдыз*», кафе «*Аяз күк*», автосервис «*Ай*» и др.;

7) эргонимы, образованные на основе названий, обозначающих времена года, например: кафе «*Кич*», «*Яз*», магазин строительных материалов «*Заман*», медицинский центр «*Март*», парикмахерская «*Май*» и др.;

8) эргонимы, образованные на базе абстрактной лексики с положительной семантикой: магазины автозапчастей «*Файда*», аптеки «*Савап плюс*», «*Хөррият*», салон пошива одежды «*Тылсым*», автошкола «*Намус*».

Анализ немотивированных эргонимов показал, что создаются они на основе случайных личных ассоциаций номинаторов или «красивых» слов, в незначительной степени или вообще не связанных с видом деятельности фирмы, организации.

Исследование словообразовательных особенностей эргонимов г.Казани позволило выделить семантический и грамматический способы онимизации. Наиболее распространённым является семантический способ эргонимообразования. Семантический способ онимизации – процесс, происходящий на уровне лексического значения без формальных изменений структуры апеллятива. Среди татарских эргонимов г.Казани часто отмечается метонимическая онимизация, которая предполагает номинацию на основании смысловой ассоциации по смежности; она относится к числу наиболее востребованных, так как позволяет передать информацию о характере деятельности называемого объекта (стоматологическая клиника «*Ак теиш*» организация, занимающаяся укладкой дорожных плиток, «*Ак таиш*», автосалон «*Барс Авто*»), о предлагаемой им продукции (магазины «*Икмәк*», «*Сөт*», «*Хәләл ит*», кафе «*Өчпочмак*»); о субъекте, который предлагает услугу или адресате (фирма по оказанию юридических услуг «*Юрист*», магазины «*Бакчачы*», «*Ветеран*», «*Тәмле тамак*»).

При метафорической онимизации объект обозначается на основе сравнения, сходства, ассоциативных связей, например: авиакомпания «*Тулпар*» (тулпар – крылатый конь в татарской мифологии, ассоциируется со скоростью), магазин газового оборудования «*Ялкын*» (ялкын – «пламя», эргоним образовался на основе внутреннего сходства), издательство «*Рухият*» (рухият – «духовность», ассоциируется с духовной культурой татарского народа), «*Сыйфат*» (сыйфат – «качество», ассоциируется с высоким качеством оказываемых услуг). Несмотря на выразительность и эффективность, данный способ онимизации в современной татарской эргонимии г. Казани встречается довольно редко.

Трансонимизация – самая распространённая разновидность семантической онимизации так как большая часть эргонимов г.Казани образованы в результате перехода различных разрядов онимов в эргонимы. На основе фактического материала нами установлено, что в качестве деривационной базы в основном выступают антропонимы, генетически восходящие к разным языкам: автосервис «*Рәйхан*», кафе «*Хужа Насретдин*», салоны красоты «*Аида*», «*Роза*». Названия большинства минимаркетов образованы от женских имён: *Алсу, Ләйсән, Гүзәл, Эльмира* и др. В эргонимии г. Казани в незначительной степени представлены названия, образованные от фамилий владельца: магазин «*Б.В. Яруллин*», «*Шәхси эшмәкәр И.К. Исхаков*».

Среди топонимов наиболее часто в качестве деривационной базы выступают гидронимы (продуктовый магазин «*Бистә*», автосервис «*Тукай*»); гидронимы (кафе «*Аккош күле*», «*Черек күл*», ресторан «*Шушма*»). Переход астронимов и космонимов в разряд эргонимов представлен в следующих названиях: кафе-бар «*Йолдыз*», охранный предприятие «*Меркурий*», фотосалон «*Юпитер*» и др.

Грамматическая онимизация осуществляется тремя способами: синтаксическим, лексико-грамматическим и лексикализацией словосочетаний.

Под синтаксическим способом мы подразумеваем образование сложных, парных, составных эргонимов. Татарских эргонимов, образованных путём сложения двух основ, в эргонимическом пространстве г. Казани немного: магазины «*Алтынай*», «*Таңсу*», издательство «*Яңалиф*», творческое объединение «*Аксу*» и др.

Парные слова являются одной из характерных особенностей тюркских языков, они довольно широко представлены в лексической системе татарского языка. Эта особенность проникла и в эргонимическое пространство города. В качестве компонентов парных эргонимов выступают как апеллятивные основы (магазины «*Караван-сарай*», «*Аракы-шәраб*», инвестиционная компания «*Элемтә-инвест*», кафе «*Алан-аш*», студия «*Нур-медиа*»), так и онимическая лексика («*Айназ-сервис*», «*Булгар-Арыш*», «*Идел-пресс*»).

Наиболее распространёнными моделями составных татарских эргонимов являются следующие: 1) имя прилагательное + имя существительное («*Бай альянс*», «*Яшь көч*», «*Яңа бистә*», «*Аяз күк*», «*Юмарт абзый*»). Составные

эргонимы чаще всего содержат прилагательные *ак, кара, алтын*, употребляющиеся в метафорическом значении: «*Ак Байтал*», «*Ак бит*», «*Ак буре*», «*Кара Алтын*», «*Кара йолдыз*», «*Алтын тал*», «*Алтын ай*», «*Алтын иген*»; 2) составные эргонимы, образованные на основе второй изафетной связи: «*Арыш мае*», «*Төньяк балкышы*», «*Өмет утлары*», «*Татар радиосы*», «*Курай радиосы*».

Несмотря на то, что лексико-грамматический способ словообразования в татарском языке является наиболее распространённым, в образовании эргонимов он участвует редко. Нами выявлено два вида субстантивации: субстантивация прилагательных (например, сеть торговых супермаркетов «*Бәхетле*», кондитерская фабрика «*Тәмле*», продуктовый магазин «*Татлы*», видеостудия «*Бай*») и субстантивация наречий (дизайн-студия «*Алга*», кафе «*Югарыда*»).

Лексикализация словосочетаний характерна для многокомпонентных названий государственных учреждений, бюджетных организаций, целиком состоящих из апеллятивных основ. Наиболее распространёнными видами данного способа являются: лексикализация словосочетаний с атрибутивным типом связи, представленная моделью «существительное+существительное в притяжательной форме» (*Казначылык департаменты, Министрлар кабинеты*); трёхкомпонентные названия, образованные по моделям «существительное + существительное в притяжательной форме+существительное в притяжательной форме»: *Дәүләт иминлеге комитеты, Дәүләт идарәсе органы, Хокук идарәсе бүлекчәсе*; «прилагательное + существительное + существительное в притяжательной форме»: *Кыйммәтле кәгазьләр базары, Социаль тәэминат министрлыгы, Матди ярдәм бүлекчәсе*.

Третья глава «**Развитие и функционирование татарской эргонимии в условиях двуязычия**» посвящена анализу основных тенденций развития современной татарской эргонимии, определению роли лингвистических и экстралингвистических факторов, влияющих на проникновение в эргонимическое пространство города отдельных лексических единиц, анализу неточностей и ошибок, возникших в результате взаимодействия татарского и русского языков в эргонимии г. Казани.

В течение XX в. в эргонимическом пространстве г. Казани функционировали типичные названия органов местной власти, научных, медицинских, образовательных и других учреждений, названия магазинов типа «*Продукты*», «*Промтовары*». Татарский язык в эргонимии города был представлен крайне ограниченно, названия бюджетных организаций функционировали в основном только в русском варианте написания. Среди названий магазинов можно было встретить татарские варианты «*Ашамлыклар*», «*Бакчачы*», «*Хужалык товарлары*», название кафе «*Кыстыбый*». С конца XX в. в эргонимии как Республики Татарстан, так и г. Казани произошли изменения, вызванные преобразованиями в общественно-политической и культурной жизни страны. Они повлекли за собой появление большого количества коммерческих предприятий, учреждений, организаций, фирм и компаний различного профиля, в

том числе появление большого количества татарских эргонимов. Одним из важных факторов, повлиявших на увеличение количества татарских эргонимов, стало принятие в 1992 г. Закона о языках народов Республики Татарстан, в результате оформление названий предприятий и организаций на татарском языке стало обязательным.

В связи с изменением состава и структуры эргонимов образовался большой пласт татарских эргонимов, который мы разделили на девять основных групп: 1) институциональные эргонимы, т.е. названия международных, государственных, муниципальных учреждений: *Россия Федерациясе Казан шәһәренең эксплуатация бүлеге, Татарстан Республикасының сәнгать һәм сәүдә министрлыгы*; 2) названия медицинских учреждений: *Республика клиник офтальмология хастаханәсе, Республика стоматология поликлиникасы, «Ак теиш» стоматология клиникасы, «Күзләр» офтальмология клиникасы*; 3) названия образовательных учреждений: *Татарстан җәмһүрияте уку-консультация үзәге, «Бәхет» бию мәктәбе, «Тылсым» иҗат студиясе, «Чулпан» бию сәнгате мәктәбе*; 4) названия научных учреждений: *Татарстан Республикасы Фәннәр академиясенең Ш.Мәрҗәни исемендәге Тарих институты, «Дулкын» фәнни-тикшеренү үзәге*; 5) названия организаций сферы обслуживания: *Яңа Савин районының халыкны эш белән тәэмин итү үзәге, кафе «Тәмле тамак», химчистка «Рәйсә», часовая мастерская «Ахунҗанов», фирма ритуальных услуг «Акташ», салон модельной одежды «Рөстәм Исхаков»*; 6) названия торговых организаций: предприятие, занимающееся продажей металлов, *«Тимербай», магазин канцтоваров «Ак бит»*; 7) названия производственных предприятий: *Казан май комбинаты, Казан уксус заводы, фирма по производству окон «Азар»*; 8) названия культурно-просветительных учреждений и творческих коллективов: *Бакый Урманче музейе, фонд сохранения и развития татарского языка и культуры «Жыен», фонд развития татарского языка и культуры «Татарнамә», объединение по организации концертов «Сабантуй»*; 9) названия религиозных обществ: *Татарстан Республикасының дини нәзарияте, «Габдессамат» дини берләшмәсе* и др.

Функционирование указанных групп в современном эргонимическом пространстве г. Казани в условиях двуязычия вызывает определённые трудности и проблемы. Основные причины таких проблем заключаются в том, что, с одной стороны, к моменту принятия Закона о языках не были разработаны единые лингвистические критерии правильного оформления того или иного эргонима, с другой – в конце XX в. в татарском языке стало функционировать большое количество неологизмов и «возвращённой лексики», которые проникли в эргонимическое пространство татарского языка: *Дәүләт Думасы, «Иттифак» милли бәйсезлек партиясе, Мөхәммәдия мәдрәсәсе* и др. На вывесках г. Казани появились переводы отдельных слов: *больница – шифаханә, администрация – хакимият, аптека – даруханә, страхование – иминият* и др. Некоторые лексические единицы в составе эргонимов начали функционировать в двух или более вариантах: *больница – шифаханә – хастаханә: 7 нче*

номерлы шәһәр клиник больницасы – Казан шәһәренең 12 нче клиника хастаханәсе – 11 нче номерлы шәһәр шифаханәсе; культура йорты – мәдәният йорты: В.И. Ленин исемендәге культура йорты – Медицина хезмәткәрләренең мәдәният йорты и др.

Неразработанность терминологической базы, а также недостаточный контроль со стороны государственных органов, терминологической и топонимической комиссий привели к тому, что при образовании новых эргонимов, при переводе или калькировании русских вариантов эргонимов не соблюдались языковые нормы.

В целях показа лингвоэкологического дисбаланса в эргонимическом пространстве города в диссертации проведён подробный анализ бюджетных и коммерческих эргонимов г. Казани, указаны их общие и отличительные черты. Нами выявлены следующие случаи отклонения от языковых норм, наблюдаемые в оформлении эргонимов обоих видов:

– *отклонение от орфографических норм.* Наиболее распространёнными являются орфографические ошибки, допущенные в результате неправильного употребления татарских специфичных букв ә, ө, ү, ж, ң, һ. Мы выделили следующие случаи орфографических ошибок и неточностей: 1) использование букв э, а, е вместо татарской буквы ә: *Россия Федерациясенең сәләмәтлек саклау һәм медицина промышленносте министрлыгы* (правильный вариант: *Россия Федерациясенең сәләмәтлек саклау һәм медицина промышленносте министрлыгы*); *Россия Федерациясе Магариф һәм Фән министрлыгы «ТИСБИ» идәрә академиясе* (правильный вариант: *Россия Федерациясе Мәгариф һәм Фән министрлыгы «ТИСБИ» идәрә академиясе*); продуктовый магазин *Рәйхан* (правильный вариант: *Рәйхан*) продуктовый минимаркет *Миләш* (*Миләш*) и т.д.; 2) использование буквы у вместо татарской буквы ү: *Социаль иминият фондының Татарстан Республикасы буенча дәүләт учреждениесе регоиналь бүлеге* (правильный вариант: *Социаль иминият фондының Татарстан Республикасы буенча дәүләт учреждениесе региональ бүлеге*), торговые дома *Саудагер* (*Сәүдәгер*), *Сәүдә доньясы* (*Сәүдә дөньясы*), спортивный комплекс «*Ак буре*» («*Ак буре*»); 3) использование буквы о вместо татарской буквы ө: продуктовый магазин «*Тоньяк балкышы*» («*Төньяк балкышы*»), кафе «*Сөәмбикә*» («*Сөембикә*»); 4) использование букв н, ж, х вместо ж, ң, һ: кафе «*Жихан*» («*Жиһан*»), минимаркет «*Жәмилдә*» («*Жәмилдә*»), мебельный магазин «*Йорт жиһазы*» («*Йорт жиһазы*»), кафе «*Таңсылу*» («*Таңсылу*») и др.; 5) нарушение графического принципа орфографии чаще всего встречается в заимствованных словах при оформлении денотата эргонима, в частности, компонентов *учреждение, предприятие*: «*Элеком*» *предприятиясе* (правильный вариант: «*Элеком*» *предприятиесе*), *Татарстан Республикасы Мәгариф министрлыгы Авиатөзелеш районының мәктәпкәчә тәрбия бирү учреждениясе* 36 нчы номерлы балалар бакчасы и др.;

– *отклонение от грамматических норм:* 1) неправильное использование падежных окончаний чаще встречается при переводе названий бюджетных

организаций: *Государственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования – Һөнәр буенча өстәмә белем бирүнең дәүләт мәгариф учреждениесе* (правильный вариант: *Өстәмә һөнәри белем бирү (буенча) дәүләт мәгариф учреждениесе*); 2) усечение аффиксов принадлежности наиболее распространено в коммерческих эргонимах: «Дус» кибет, «Биләр» ресторан, «Әкият» кафе; 3) неправильное употребление словообразовательных суффиксов: магазин «Татлык» (правильный вариант: «Татлы»).

– отклонение от стилистических норм является самым распространённым типом ошибок, который наблюдается в эргонимах обоих видов: 1) нарушение логической последовательности компонентов: *Главное управление федеральной регистрационной службы по Республике Татарстан – Татарстан Республикасы буенча федераль теркәү хезмәтенең баши идарәсе* (рекомендуемый вариант: *Федераль теркәү хезмәтенең Татарстан Республикасы буенча баши идарәсе*), *Сәүдә йорты «Корзинка» («Корзинка» сәүдә йорты)*; 2) повторение падежных аффиксов: *Татарстан Республикасының халыкны эш белән тәэмин итү һәм социаль яклау министрлыгының Казан шәһәре муниципаль учреждениесендәге социаль яклау идарәсенең Авиатөзелеш районы социаль яклау бүлегә* (рекомендуемый вариант – *Татарстан Республикасы Халыкны эш белән тәэмин итү һәм социаль яклау министрлыгы Казан шәһәре муниципаль учреждениесендәге социаль яклау идарәсенең Авиатөзелеш районы социаль яклау бүлегә*); 3) неправильный или неполный перевод: *документларны бирү үзәге* (правильный вариант: *документларны тапшыру үзәге*), *Татарстан Республикасының кулланучылар хокукларын саклау жәмгыяте* (правильный вариант: *Татарстан Республикасының кулланучылар хокукларын яклау жәмгыяте*), *продукты – азык* (правильный вариант: *ашамлыклар/азык-төлек*), *товары для дома – йорт кирәге* (правильный вариант: *йорт кирәк-ярагы*); 4) использование русских слов наблюдается при переводе названий бюджетных организаций: *Республиканская стоматологическая поликлиника – Республика стоматология поликлиникасы* (рекомендуемый вариант: *Республика стоматология шифаханәсе*), *Центр занятости населения Приволжского района – Приволжский районының халыкны эш белән тәэмин итү үзәге* (рекомендуемый вариант: *Идел буе районының халыкны эш белән тәэмин итү үзәге*).

Случаи отклонения от языковых норм в сфере эргонимии тесно связаны с интерференцией. Исследование современных татарских эргонимов позволило сделать вывод о том, что ограничивать интерференцию как явление, характерное преимущественно для устной речи, не совсем объективно. В связи с появлением новых эргонимов интерференция проявляется и на языковом уровне. Каждое название несёт в себе определённую информацию, в названиях отражаются нравы, обычаи, традиции и культурные взаимосвязи совместно проживающих народов. Кроме того, огромную роль играет психологический фактор: татарские специфичные фонемы и лексические единицы, которые представляют определённые трудности при произношении для русскогово-

рящих, сознательно вытесняются номинаторами из эргонимов и заменяются русскими фонемами. Незнание татарского языка, а в некоторых случаях сознательное смешение языковых явлений татарского и русского языков приводят к проявлению отрицательной интерференции. Кроме лексико-семантической и орфографической интерференций, в названиях бюджетных организаций выявлена и синтаксическая интерференция, которая наблюдается при образовании сложных слов, синтаксических структур по моделям русского языка: *Балалар сәт кухнясы № 4* (правильный вариант: *4 нче номерлы балалар сәт кухнясы*), *Казан техник авиация колледжы П.В. Дементьев исемендәге* (правильный вариант: *П.В. Дементьев исемендәге Казан техник авиация колледжы*) и др. Дословный перевод предлога *по* при возможности поиска других средств татарского языка также является результатом интерференции: *Татарстанның агробизнес буюнча кадрларны яңадан әзерләү институты* (рекомендуемый вариант: *Татарстанның агробизнес кадрларын яңадан әзерләү институты*), *Казан шәһәренең гражданлык оборонасы һәм гадәттән тыш хәлләр буюнча идарәсе* (рекомендуемый вариант: *Казан шәһәренең гражданлык оборонасы һәм гадәттән тыш хәлләр идарәсе*).

Таким образом, в современной татарской эргонимии г. Казани отклонение от языковых норм наблюдается на всех уровнях языковой системы. Анализ ошибок и неточностей, допущенных в названиях городских бюджетных и коммерческих организаций, позволяет выявить основные принципы, которые должны учитываться при номинации объекта и оформлении эргонимов: 1) принцип полноты: подразумевает использование полных вариантов названий, а не аббревиатурных единиц; 2) при переводе эргонимов должен соблюдаться принцип тождества; 3) при оформлении многокомпонентных эргонимов основным должен быть принцип системности; 4) принцип краткости необходим для избежания длинных, логически запутанных названий.

В **Заключении** обобщены результаты исследования, подведены наиболее значимые итоги работы, намечены перспективы дальнейшего исследования.

Как показало исследование, функционирующие в г. Казани эргонимы отражают национальную культуру, историческое прошлое, культурные и языковые контакты татар с другими народами, а также состояние и функциональные возможности современного татарского языка. В результате анализа установлено, что образованию эргонимов присущи те закономерности, что и для класса собственных имён, в частности, им свойственно выполнение идентификационно-дифференцирующей и информативной функций. Большинство эргонимов г. Казани являются мотивированными, отражают связь эргонима со сферой деятельности предприятия, местом его расположения и т.д. Анализ словообразовательных особенностей татарских эргонимов г. Казани показал, что наиболее продуктивным является семантический способ онимизации. Совсем не представлены или крайне редко встречаются эргонимы, образованные морфологическим способом и способом аббревиации, которые являются разновидностью грамматической онимизации. Изучение особенностей функ-

ционирования эргонимов в условиях двуязычия позволило выявить наиболее характерные ошибки и неточности, наблюдаемые в названиях бюджетных и коммерческих организаций, для избежания которых необходимы систематизация и выработка критериев языковых норм в области эргонимии.

Итак, и историческая, и современная эргонимия города подтверждает тот факт, что Казань является одним из экономических, промышленных и культурных центров России, местом тесного контакта восточной и западной культур. Уникальность и неповторимость языка города обеспечиваются наличием в нём эргонимов, являющихся символами татарской культуры, отражающих национальную картину мира и менталитет татарского народа. К сожалению, в современной эргонимии г. Казани не так много названий городских объектов, образованных за счёт внутренних ресурсов татарского языка и отражающих самобытность народа. Для сохранения в языке города национального колорита необходимы целенаправленная пропаганда и активное внедрение средств татарского языка в эргонимическое пространство.

Данное исследование является одним из частных доказательств общих закономерностей, протекающих в татарской эргонимии. Перспективным представляется синхронно-диахроническое исследование эргонимического пространства других городов Республики Татарстан, а также изучение татарской эргонимии в когнитивном и прагматическом аспектах.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

***Статья, опубликованная в журнале, рекомендованном
ВАК Министерства образования и науки РФ:***

1. Амирова Р.М. Орфографическая интерференция в эргонимическом пространстве г. Казани / Р.М. Амирова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2010. – № 4(2). Филология и искусствоведение. – Киров: Изд-во Вят. ГГУ, 2010. – С. 66–68.

Статьи, опубликованные в сборниках научных трудов:

2. Амирова Р.М. Татарская эргонимия в условиях двуязычия / Р.М. Амирова // Перевод. Язык. Культура: Материалы научно-практической интернет-конференции. – СПб.: Изд-во ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2010. – С. 58–61.

3. Амирова Р.М. Особенности наименований городских объектов в современном татарском языке (на примере г. Казани) / Р.М. Амирова // Проблемы общей и региональной ономастики: Материалы VII Международной научной конференции. – Майкоп: Изд-во АГУ, 2010. – С. 109–112.

4. Амирова Р.М. Проблемы изучения эргонимов в татарском языкознании / Р.М. Амирова // Ономастика Поволжья: сборник материалов XII Междуна-

родной научной конференции (Казань, 14–16 сентября 2010 г.) – Казань: Отечество, 2010. – С. 304–308.

5. Амирова Р.М. Ислам и татарская эргонимия / Р.М. Амирова // Учёные записки – 2008: Сборник научных статей. – Казань: Ихлас, 2010. – С. 13–16 (на татар. яз.).

6. Амирова Р.М. Функционирование татарской эргонимии в условиях двуязычия / Р.М. Амирова // Татарская культура в контексте европейских цивилизаций: Сборник материалов Международной научной конференции. – Казань: Ихлас, 2010. – С. 81–83 (на татар. яз.).

7. Амирова Р.М. Работая творчески... / Р.М. Амирова // Проблемы и перспективы реализации билингвизма в техническом вузе: Материалы IV Республиканского межвузовского методического семинара. – Казань: Изд-во Казан. гос. технол. ун-та, 2010. – С. 17–25 (на татар. яз.).

Подписано в печать 25.02.2011. Формат 60×84 ¹/₁₆
Тираж 100 экз. Усл. печ. л. 1,5

Отпечатано в множительном центре
Института истории АН РТ
г. Казань, Кремль, подъезд 5
Тел. (843) 292-95-68, 292-18-09